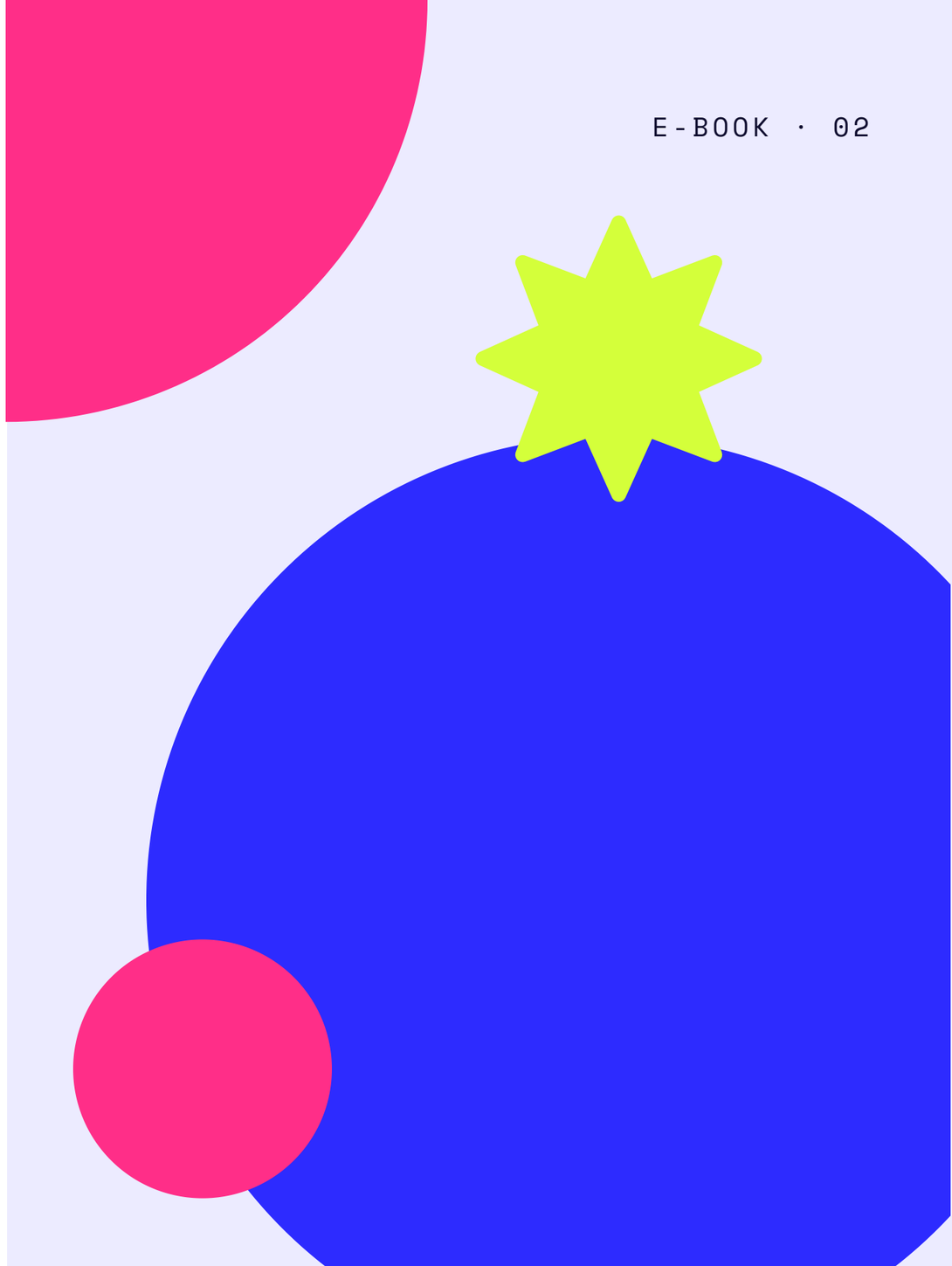
AKOMA LAB & Marketing

E-BOOK · 02

GUIA AKOMA LAB & MARKETING · AGÊNCIA DE MARKETING AI FIRST

Tráfego pago para quem nunca rodou um anúncio

Os fundamentos, os tipos de campanha e as métricas que você precisa entender antes de investir o primeiro real.



SUMÁRIO

O que você vai encontrar aqui

01 Por que aprender tráfego pago agora 03

02 Fundamentos antes do primeiro anúncio 04

03 Da indicação para o tráfego pago 05

04 Tipos de campanha 06

05 Qual campanha usar pra cada objetivo 07

06 Estrutura de uma campanha 08

07 Orçamento e fase de aprendizado 09

08 Métricas que você precisa acompanhar 10

09 Como ler resultado nas primeiras semanas 11

10 Erros comuns de quem começa agora 12

11 Checklist antes do primeiro anúncio 13

12 Sobre a Akoma Lab & Marketing 14

13 Vamos conversar 15

INTRODUÇÃO

Por que aprender tráfego pago agora, mesmo sem nunca ter rodado um anúncio

Quem vive de indicação fica refém do timing de quem indica. Tráfego pago devolve o controle: você decide quando aparecer e para quem, em vez de esperar ser lembrado.

Este guia não vai te transformar num gestor de tráfego. Vai te dar o suficiente para entender o que está sendo feito, participar da decisão e não depender de achismo, seja rodando sozinho ou com ajuda especializada.

73%

das PMEs que usam anúncios personalizados dizem que eles são importantes pro crescimento do negócio.

IPSOS PARA O FACEBOOK, 2021

Anúncios com resposta emocional acima da média geraram 23% mais vendas.

NIELSEN, 2016

FUNDAMENTOS

Três conceitos que mudam como você enxerga um anúncio

Antes de aprender qual botão clicar, entenda a lógica por trás. Isso é o que separa quem só aperta o gatilho de quem sabe por que está apertando.

01

Leilão, não vitrine

Cada anúncio disputa espaço em um leilão em tempo real contra outros anunciantes atrás do mesmo público.

02

Objetivo define o algoritmo

A plataforma otimiza a entrega para o resultado que você escolhe. Objetivo errado entrega resultado errado.

03

Alcance não é segmentação

Alcançar muita gente não ajuda se não for a gente com chance real de comprar de você.

O que muda quando você para de depender só de indicação

01

TIMING

Você escolhe quando aparecer

Sem depender de quando alguém lembra de te indicar.

02

VELOCIDADE

Teste rápido de hipótese

Em dias você sabe se uma oferta funciona, não em meses.

03

ALCANCE

Sob medida

Chega em quem tem perfil de comprar, não só em quem já te conhece.

04

DECISÃO

Dado, não achismo

Cada campanha gera número. A decisão para de ser sobre opinião.

TIPOS DE CAMPANHA

Cada campanha existe para um objetivo diferente

Entender essa diferença evita o erro mais comum de quem começa: usar o tipo errado de campanha para o objetivo certo.

RECONHECIMENTO

Aumentar quantas pessoas lembram da sua marca.

TRÁFEGO

Levar gente até o site, perfil ou cardápio digital.

ENGAJAMENTO

Gerar curtida, comentário e compartilhamento.

GERAÇÃO DE CADASTRO

Capturar contato através de um formulário.

MENSAGENS

Levar a conversa direto para o WhatsApp ou Direct.

VENDAS

Otimizar a entrega para quem tem mais chance de comprar.

OBJETIVO → CAMPANHA

Escolha a campanha pelo momento do seu negócio, não pela mais popular

Não existe campanha melhor no geral. Existe a campanha certa para o que você precisa agora. Use este guia rápido como ponto de partida.

Quero ser lembrado antes de vender	→ RECONHECIMENTO
Quero levar gente pro meu WhatsApp	→ MENSAGENS
Quero captar contato pra converter depois	→ GERAÇÃO DE CADASTRO
Quero vender direto e já tenho o pixel instalado	→ VENDAS
Quero testar uma oferta rápido, com pouca estrutura	→ TRÁFEGO

ESTRUTURA DE UMA CAMPANHA

Toda campanha tem três níveis, e cada um testa uma coisa diferente

Nível 01

Campanha

Define o objetivo e o orçamento geral. É o nível estratégico, onde você decide o que está tentando alcançar.

Nível 02

Conjunto de anúncios

Define público, posicionamento e período de veiculação. É onde a segmentação de fato acontece.

Nível 03

Anúncio

A peça que a pessoa vê de fato: imagem ou vídeo, texto e chamada para ação.

Essa hierarquia existe porque cada nível testa uma variável diferente. Misturar tudo em um nível só é um dos motivos mais comuns de campanha que não sai do lugar.

ORÇAMENTO

Antes de perguntar quanto investir, entenda a fase de aprendizado

Toda plataforma de anúncio precisa de um período reunindo dado antes de otimizar bem a entrega. Campanha desligada cedo demais raramente recebe uma leitura justa.

O número exato de resultados e dias necessários varia por plataforma, por objetivo e por ticket médio do seu negócio. Calcular isso certo para o seu caso é uma das coisas que entram numa consultoria especializada.

PARA LEMBRAR

Julgar uma campanha nos primeiros dois ou três dias é como avaliar um funcionário novo no primeiro dia de trabalho.

MÉTRICAS

Seis métricas que você precisa saber ler, mesmo sem ser especialista

CPM

Custo a cada mil pessoas alcançadas pelo anúncio.

CPC

Custo pago por cada clique no anúncio.

CTR

Percentual de quem clicou sobre quem viu o anúncio.

CPA

Custo por resultado: uma venda, um cadastro, uma mensagem.

ROAS

Retorno em vendas sobre o valor investido em anúncio.

Frequência

Quantas vezes, em média, a mesma pessoa viu o anúncio.

O QUE FICA DE FORA AQUI

O que é um bom CPA ou ROAS varia muito por ticket médio, margem e nicho. Comparar sua campanha com benchmark genérico de internet costuma levar à decisão errada. Essa leitura personalizada é uma das coisas que fazemos na Akoma.

O que é normal esperar nas primeiras semanas

- Custo mais alto nos primeiros dias, ainda na fase de aprendizado
- Frequência subindo aos poucos indica público sendo bem explorado
- Frequência alta demais é sinal de fadiga, hora de trocar o criativo
- Resultado instável nas primeiras semanas não significa campanha ruim

ERROS COMUNS

O que costuma dar errado com quem começa agora

Impulsionar post em vez de criar campanha
O botão de impulsionar tem muito menos controle que o gerenciador de anúncios.

Desligar a campanha cedo demais
Julgar nos primeiros dois dias não dá tempo da fase de aprendizado acontecer.

Não instalar o pixel antes de anunciar
Sem ele, a plataforma não aprende quem realmente converte.

Público tão específico que a entrega trava
Segmentar demais pode deixar a plataforma sem gente pra mostrar o anúncio.

Mesma peça de anúncio por semanas
Sem variação de criativo, o público cansa e o resultado cai.

Ignorar a frequência
Deixar o público saturar sem perceber é um dos motivos de queda de resultado.

CHECKLIST

Antes de rodar seu primeiro anúncio

Confira estes seis pontos antes de investir o primeiro real. Eles evitam a maior parte dos erros deste guia.

- [ ] Pixel ou tag de conversão instalado
- [ ] Objetivo de campanha escolhido de acordo com a meta do negócio
- [ ] Página de destino carregando rápido no celular
- [ ] Pelo menos duas variações de criativo prontas
- [ ] Orçamento pensado em dias, não só em valor total
- [ ] Forma de acompanhar métrica além do painel padrão

Quem cuida do tráfego pago pra sua empresa

A Akoma Lab & Marketing é uma agência de marketing 360° AI First, criada para unir estratégia criativa e inteligência artificial aplicada. Tráfego pago de alta performance é o centro do nosso pilar Social e Traffic.

Ajudamos empresas a sair do zero em anúncios, ou a tirar mais resultado de uma operação que já existe, com leitura de dado de verdade, não achismo.

01 **Estruturação da primeira campanha, do zero**

02 **Leitura de métrica e ajuste contínuo**

03 **Testes de criativo e de público**

04 **Gestão de tráfego integrada com CRM e conteúdo**

VAMOS CONVERSAR

Vamos rodar sua primeira campanha com o pé certo?

Agende o Diagnóstico Akoma: uma conversa de 30 minutos, gratuita e online. A gente descobre juntos por onde começar, com um plano feito para o tamanho do seu orçamento. Contratando a Akoma ou não.

Agendar o Diagnóstico Akoma →

souakoma.com.br

E-mail contato@souakoma.com.br

Instagram @sou.akoma

LinkedIn linkedin.com/company/souaakoma

WhatsApp (21) 92006-9081

A IA acelera. Você decide.

Tudo conectado. Ninguém no automático.